

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Curso de Administração – CADM

JOELSON SILVA DE MACENA

PLANO DE NEGÓCIOS: JM Acolher

João Pessoa
Agosto de 2019

JOELSON SILVA DE MACENA

PLANO DE NEGÓCIOS: JM Acolher

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Prof. Dr. Rosivaldo de Lima Lucena.

João Pessoa(PB)
Agosto de 2019

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M113p	<p>Macena, Joelson Silva de.</p> <p>Plano de Negócios: JM Acolher / Joelson Silva de Macena – João Pessoa, 2019.</p> <p>27 f. : il.</p> <p>Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena. Coorientação: Arturo Rodrigues Felinto. Monografia (Graduação) – UFPB/CCSA.</p> <p>1. Empreendedorismo; consultoria; assistência; social. I. Lucena, Rosivaldo de Lima. II. Felinto, Arturo Rodrigues. III. Título.</p> <p>UFPB/CCSA</p>
-------	---

Folha de Aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração

Aluno: Joelson Silva de Macena

Trabalho: Plano de Negócios: JM Acolher

Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data da aprovação:

BANCA EXAMINADORA

Prof. Doutor Rosivaldo de Lima Lucena – Doutor
Orientador

Prof. Arturo Rodrigues Felinto – Mestre
Examinador

AGRADECIMENTOS

À Glória do Grande Geômetra do Universo!

Agradeço a minha esposa Jussara Maria Cunha, que nestes três anos em que estamos casados tem-se constituído uma verdadeira companheira, deixando sempre aflorar em nosso convívio a amizade, a cumplicidade e a lealdade tão necessárias ao engrandecimento de um homem tão errante como dantes fui, de forma que, mesmo sem merecer, a Providência Divina deu-me a Graça de tê-la a dividir comigo uma vivência ímpar nestes meus dias terrenos.

Ao meu pai José Nunes, que serviu de exemplo e inspiração para que eu continuasse os meus projetos de vida vindo mesmo a representar a força para prosseguir entre o cair, o levantar e em novamente recomeçar os planejamentos com vontade de obter superação naquilo que abandonei num primeiro momento.

Aos meus filhos: Aisha Yasmin (primogênita); Breno Estevão; Maria Helena; e, Giovana Maria; os quais servem-me de sinais dos tempos desde que perdura a minha jornada pela Terra, não podendo eu vacilar em minhas convicções sem deixar-lhes um legado daquilo que julgo ser o meu bem mais precioso: o conhecimento (de Deus).

Ao talentoso professor Dr. Rosivaldo Lucena que ao exercitar a perspicácia, a humildade e a metodologia inovadora obteve para si um discípulo mais modesto: eu. Porém chego mesmo a enquadrar-me num dos discentes que mais o considera detentor de um cabedal de conhecimento próprio de um verdadeiro mestre, pois ele recebe com afabilidade seu pupilo sem que precise mostrar empáfia arrogante própria dos que praticam ‘masturbação intelectual’ veementemente repelida por si em suas técnicas pedagógicas.

Finalmente, quero reiterar meu apreço e reforçar a minha gratidão ao grande professor Rosivaldo, meu orientador e amigo, pois sua genialidade e sua simplicidade contagiou-me sobremaneira no ímpeto de que eu passasse a buscar empreender num negócio que aspira ao sucesso e a poder estabelecer possível geração de renda em minha própria casa, conseguindo assim a melhoria de toda a condição de vida da minha família.

“O sentimento segue aquilo que amamos. Se amamos o que é verdadeiro, bom e belo, ele nos conduzirá para lá. O problema, portanto, não é sentir, mas amar as coisas certas. Do mesmo modo, o pensamento não é guia de si próprio, mas se deixa levar pelos amores que temos. Sentir ou conhecer, nenhum dos dois é um guia confiável. Antes de poder seguir qualquer um dos dois, é preciso aprender a escolher os objetos de amor – e o critério dessa escolha é: quais são as coisas que, se dependessem de mim, deveriam durar para sempre? Há coisas que são boas por alguns instantes, outras por algum tempo. Só algumas são para sempre”.

(Olavo de Carvalho)

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Concorrentes	13
Quadro 2 – Investimento fixo – máquinas e equipamentos	19
Quadro 3 – Investimento fixo – moveis e utensílios	20
Quadro 4 – Prazo médio por vendas	20
Quadro 5 – necessidade de capital de giro	20
Quadro 6 – Caixa mínimo	21
Quadro 7 – Investimentos pré-operacionais	21
Quadro 8 – Investimento total	21
Quadro 9 – Estimativa de faturamento semestral – projeção para três anos	22
Quadro 10 – Estimativa de custos de comercialização – projeção para três anos	23
Quadro 11 – Custos Variáveis Totais no exercício de um semestre	23
Quadro 12 – Demonstrativo de resultados - projeção para três anos	24
Quadro 13 – Projeção de fluxo de caixa	26

SUMÁRIO

1 SUMÁRIO EXECUTIVO	07
1.1 DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES	07
1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO	08
1.2.1 Razão social	08
1.2.2 Missão	08
1.2.3 Visão	09
1.2.4 Valores da empresa	09
1.2.5 Mix de produtos	09
1.2.6 Localização	10
1.2.7 Número de funcionários previstos inicialmente	10
1.2.8 Nome da proprietária	10
1.3 CAPITAL SOCIAL	10
1.4 FONTE DE RECURSOS	10
1.5 SÍNTESE DOS INDICADORES FINANCEIROS	11
2 ANÁLISE DE MERCADO	11
2.1 ESTUDO DOS CLIENTES	12
2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES	12
2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES	14
2.4 AMEAÇAS E OPORTUNIDADES	15
3 PLANO DE MARKETING	15
3.1 DADOS COLETADOS NA PESQUISA DE MERCADO	16
3.2 DISCUSSÃO DE DADOS DIANTE DA PROPOSTA DE ABERTURA DA EMPRESA	17
4 PLANO DE OPERAÇÕES	17
5 PLANO FINANCEIRO	19
5.1 ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS FIXOS	19
5.2 CAPITAL DE GIRO	20
5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	21
5.4 INVESTIMENTO TOTAL (RESUMO)	21
5.5 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO SEMESTRAL DA EMPRESA	22
5.6 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS	24
5.7 INDICADORES DE VIABILIDADE	24
5.7.1 Ponto de Equilíbrio	24
5.7.2 Lucratividade	25
5.7.3 Rentabilidade	25
5.8 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA	26
6 CONCLUSÃO	26
REFERÊNCIAS	

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

Dentro de uma nova roupagem da flexibilização das leis trabalhistas recentemente implementadas no âmbito do mercado de trabalho surgiram novas formas de interação do profissional Bacharel em Assistência Social num contexto da prestação de serviço de qualidade em demandas relacionadas à gestão, à organização, ao desenvolvimento social e profissional.

Dentre outras atribuições que lhes são peculiares ao exercício legal da profissão regular de Assistente Social, constam subáreas do Serviço Social que podem ser exploradas como parte dos negócios de um empreendimento. Assim sendo, a JM Acolher pretende ser uma categoria de microempresa a ser operacionalizada por uma empreendedora individual atuante na área de Serviço Social, a saber, a Sra. Jussara Maria Cunha dos Santos de Macena, esposa do autor deste trabalho, na modalidade em que ela possa sair da informalidade atualmente inserida e passar a prestar serviços formais para os diversos segmentos interessados nos serviços de *coaching* e consultoria em Assistência Social. Notadamente, o presente Plano de Negócios recebeu embasamento teórico da metodologia do SEBRAE (2013) e teve seu estudo de mercado realizado por meio de uma entrevista semiestruturada a utilizar pesquisa de mercado com protótipo recomendado na forma *Design Thinking* para a instauração da prestação de serviço de consultoria. Assim, a JM Acolher quer abranger o aspecto autônomo do ramo da atividade do profissional liberal de quem é possuidor de diploma de curso superior em Serviço Social. Para isso, pretende captar clientes dentre alunos, ex-alunos ou quaisquer outros profissionais Assistentes Sociais que busquem elaborar, coordenar, executar e avaliar planos, programas e projetos que sejam do âmbito de atuação do Serviço Social com participação da Sociedade Civil, isso desde a região do Brejo, do Agreste e do Vale do Mamanguape, como também envolvendo todas as microrregiões do Estado da Paraíba, ou ainda, conforme visibilidade alcançada através da divulgação dos serviços na rede mundial de computadores.

1.1 DADOS DA EMPREENDEDORA, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES

A microempreendedora que impulsionou a concretização desse Plano de Negócios detém ampla experiência em atuação nas diversas áreas que abrangem as prerrogativas de um Assistente Social. Mesmo antes de sequer ter curso de nível superior, Jussara Maria (2019) já desempenhava atividades de assistencialismo com as crianças que moravam nas ruas de sua cidade natal, Guarabira. Eram meninos e meninas que pernoitavam na porta da Catedral e quando ela ia à missa sempre dava um jeito de ajudar alguns deles, além de ouvi-los em suas histórias, até não mais suportar ver aquela situação desumana e resolver mudar a realidade que ali perdurava.

Tal foi o seu engajamento que, mesmo a contragosto dos pais, Jussara Cunha acabou conseguindo convencer um monge franciscano e padre de nome Luiz Pescarmona a fundar a Comunidade Talita, que atualmente está localizada no município de Guarabira, mais precisamente já na saída para a cidade de Pilõezinhos.

Todos os esforços de Jussara até então alçados naquela época quase resultaram no seu ingresso na vida monástica, tendo sido preparada para ingressar na ordem das Carmelitas, no mosteiro de Bananeiras.

Por perceber que havia muito a ser feito pelos mais necessitados, ela desistiu de ser freira e pôs-se a fazer ações sociais mesmo sem ainda deter diploma de Assistente Social. Anos depois conseguiu se eleger conselheira tutelar em Guarabira, ocasião em que pode intervir com o apoio de órgãos de proteção de direitos como é o caso do Ministério Público Estadual, tudo em favor dos menores em situação de risco.

Com seu trabalho abnegado, pode vivenciar práticas diversas no campo da Assistência Social. Tantas foram as intervenções que passou a ser facilmente reconhecida por onde passava. Seu leque de serviços prestados envolvia desde orientação social até a obtenção de famílias substitutas, ou ainda, passando pela conversão de guarda de crianças em situação de risco e, muitas vezes, chegando a preparar os encaminhamentos necessários ao processo de adoção.

Por causa de sua dedicação, Jussara Maria auferiu um amplo conhecimento nos aspectos sociais dos indivíduos, podendo conhecer e dominar situações diversas no campo das questões sociais, de forma que todo o cabedal de conhecimento a que se expunha passava a auxiliá-la em seu trabalho como conselheira tutelar.

Uma vez tendo concluído o curso superior de Serviço Social, passou a ministrar aulas na Universidade do Norte do Paraná (UNOPAR) e acompanhar estágios de diversas turmas de formandos ao longo de três anos que tem atuado naquele Centro Universitário. Dentre os principais trabalhos exercidos por Jussara cita-se: Assistente Social concursada no município de Araçagi-PB; Presidente do Conselho de Direitos no município de Araçagi-PB; Membro do Conselho administrativo da Comunidade AMECC; e, Coordenadora do CAPS AD, no município de Guarabira-PB.

Por diversas vezes foi convidada para palestrar em diversos eventos acadêmicos, sociais, de saúde e de Assistência Social, tendo destacando-se em assuntos diversos, quer por sua desenvoltura quer por sua destacada capacidade de liderança. Seu modelo de explanação sempre foi eivado de exemplos práticos que despertavam a curiosidade e o espanto de seus interlocutores, de forma que essa profissional sempre foi convidada para ministrar palestras gratuitas ou remuneradas nas quais pudesse comutar seu conhecimento com professores, educadores, conselheiros tutelares e profissionais agentes sociais afins.

Quem a conhece sabe do seu temperamento forte e de sua postura firme em agir no favorecimento de quem precisa de seus préstimos. A Sra. Jussara Cunha parece nunca descansar, pois não mede esforços para anonimamente ajudar pessoas desconhecidas somente pelo fato de detestar ver o sofrimento estampado na face alheia. Sua busca constante dá-se na valorização do seu nome associado aos preceitos da verdade, da ética e da fé, ao que mais valoriza sempre manter toda uma rede de amigos pelos lugares porque passa.

Foi numa dessas andanças que Jussara Cunha conheceu o autor deste trabalho. E ambos perceberam-se imbuídos de propósitos semelhantes que iam além do campo sentimental, pois verificaram que poderiam empreender, ganhar algum dinheiro e, de maneira paralela, ainda poder ajudar pessoas que quisessem engajar-se na nobre missão de difundir os preceitos vocacionais da profissão de Assistente Social pelos diversos lugares do nosso Brasil.

1.2 DADOS DO EMPREENDIMENTO

1.2.1 Razão Social: JM ACOLHER

Área(s) de atuação: *coaching*; consultoria em Assistência Social; Serviço Social, mercado de trabalho e oportunidades.

1.2.2 Missão

Ajudar a resolver o problema das pessoas fornecendo orientações especializadas do que fazer, de como fazer e encaminhá-las rumo à maximização de seu potencial humano por meio de soluções propostas mediante consultoria em Assistência Social.

1.2.3 Visão

Aumentar a performance e os resultados positivos dos indivíduos, times e empresas por meio de técnicas cientificamente validadas.

1.2.4 Valores da empresa

1. promover o florescimento humano nos principais jardins da vida, tais quais, lares, escolas, empresas e sociedade, por intermédio da orientação social e da capacitação de Assistentes Sociais que possam atuar como agentes de evolução; 2. estimular e fomentar o florescimento das áreas sociais, educacionais e corporativas; e, 3. contribuir para a ampliação de perspectivas profissionais ante as oportunidades no mercado de trabalho.

1.2.5 Mix de produtos:

a) Orientação social: a ser prestada a indivíduos, grupos e à população.

Objetivo: da mesma forma que uma pessoa consulta um advogado para tomar orientações em relação a um determinado problema de família, emprego ou um benefício social, esta pessoa poderia consultar um Assistente Social.

b) Atribuição privativa do Assistente Social: realizar vistorias; perícias técnicas; laudos periciais; informações e pareceres sobre a matéria de Serviço Social.

Objetivo: angariar recursos mediante o exercício da atividade profissional de Assistente Social propriamente dita.

Público específico: órgãos da administração pública direta e indireta, empresas privadas e outras entidades.

c) Formação em *coaching*/consultoria em Assistência Social com atuação em perspectiva social.

Objetivo: contribuir para a ampliação de perspectivas profissionais diante de oportunidades no mercado de trabalho. Público específico: profissionais e estudantes do serviço social (estudantes a partir do terceiro ano ou correspondente). Conteúdo programático: conteúdo a ser desenvolvido em plataforma virtual de ensino EAD e, conforme o caso, poderá se desenvolver no formato de oficina presencial, de forma que as duas modalidades de ensino contribuam com o aspecto teórico prático dos clientes.

As atividades estarão divididas em dois módulos, que são descritos abaixo: 1. Abordagem - Primeiro Módulo, a conter tais temáticas: o Serviço Social para o Assistente Social (abordagens conceituais da prática do Assistente Social); perfil profissional e habilidades individuais - o saber e o fazer profissional; serviço social, oportunidade e mercado de trabalho (pesquisa de mercado em serviço social - ampliando a área de atuação); análise da pesquisa de mercado (processos aplicados para escolha(s) do seguimento de atuação); e, conferências dos grupos de estudos por eixo temáticos. 2. Desenvolvimento - Segundo Módulo, a conter tais temáticas: gestão da profissão; empreendedorismo profissional e estratégias de desenvolvimento/investimento e oportunidade de mercado; atuação individual e/ou em grupo - diferenças e vantagens (gestão das competências e habilidades); objetivos e

metas na escolha do seguimento de atuação empreendedora; planejamento da atuação profissional (plano de ação, plano de trabalho, metas, investimentos).

Os valores da formação de consultoria em Assistência Social poderão ser simplificados quando implicar a composição de palestras e encontros de capacitação que faça cobrança do valor mínimo de R\$ 20,00 (vinte reais) para efeito de arcar com as custas iniciais do empreendimento. Nesse caso, os clientes serão aglomerados em uma das salas de aula cedidas pela UNOPAR.

1.2.6 Localização

Rua dos Pássaros Silvestres, S/N, quadra 6, lote 25, Mangabeira VIII, João Pessoa-PB, onde reside a empreendedora Sra. Jussara Cunha.

1.2.7 Número de funcionários previstos inicialmente

Como a forma jurídica é de Microempreendedor Individual – MEI o negócio iniciará com apenas um funcionário, a saber, a Sra. Jussara Cunha. O autor deste Plano de Negócios ajudará o empreendimento com seu patrimônio pessoal no tocante às obrigações contraídas pela empresa.

Notadamente, para tocar adiante os negócios poderá haver a contratação temporária de um ou mais prestadores de serviço à empresa, isso tão logo ocorra a expedição da razão social mediante registro na Receita Federal e demais órgãos cadastrais a partir do cumprimento das formalidades que a empresária fundadora poderá implementar como estratégia de desenvolvimento dos negócios e de seu empreendimento.

1.2.8 Nome da proprietária

Jussara Maria Cunha dos Santos de Macena.

1.3 CAPITAL SOCIAL

Capital social vem a ser a representação de todos os recursos que vierem a ser colocados no empreendimento pela proprietária e por seu esposo, a saber, o autor deste Plano de Negócios.

As fontes de receita serão advindas dos recursos próprios do casal empreendedor para que ocorra a montagem do negócio. Nesse sentido, a empresa deve gerar uma ou mais fontes de receita para cada segmento de clientes, com mecanismos de precificação distintos de forma a atingir “o componente, fontes de receita que representa o dinheiro que uma empresa gera a partir de cada segmento de clientes” (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2011, p. 30).

Os recursos principais são aqueles necessários ao funcionamento da empresa e entrega da sua proposta de valor. (Pimenta, 2013, p.34). Podem ser do tipo intelectual, físico, humano ou financeiro: “o componente recursos principais descreve os recursos mais importantes exigidos para fazer um modelo de negócios funcionar” (OSTERWALDER e PIGNEUR, 2011, p. 34).

1.4 FONTE DE RECURSOS

Para ocorrer a abertura da empresa será necessário contar com recursos próprios advindos das economias da proprietária já qualificada e do autor deste Plano de Negócios.

Os valores que aportarem como fluxo de caixa da empresa poderão ser reinvestidos para que assim possa ocorrer a realimentação do negócio e a consequente expansão do empreendimento.

O modelo de negócio está direcionado para uma estrutura de baixo custo conforme proposição de OSTERWALDER e PIGNEUR (2011), pois envolve pequeno grau de risco e pode ser executado de acordo com o aumento dos dividendos angariados na remuneração dos produtos disponibilizados.

1.5 SÍNTESE DOS INDICADORES FINANCEIROS

Ponto de Equilíbrio	R\$ 3.564,74
Lucratividade	35,67 % no triênio
Rentabilidade	172,84% no triênio
Prazo de retorno do Investimento	3 anos

2 ANÁLISE DE MERCADO

Para fins de análise do mercado a JM Acolher pode ser entendida como um serviço pontual ou como uma empresa prestadora de serviços de consultoria destinados a atender indivíduos, grupos de diferentes segmentos sociais e órgãos da administração pública direta e indireta, empresas privadas e outras entidades conforme preceituam os incisos III, V e VIII art. 4º da Lei 8.662/1993.

Nesse sentido, o conceito de consultoria em Assistência Social empregado deve ser o de assessoria/consultoria enquanto empresa prestadora de serviço. Então, o conceito apresentado por CROCCO e GUTTMANN (2010) contribui significativamente para o entendimento conceitual do termo ‘consultoria’ empregado ao longo desse estudo, sendo ele:

O serviço prestado por uma pessoa ou grupo de pessoas, independentes e qualificadas para a identificação e investigação de problemas que digam respeito à política, organização, procedimentos e métodos, de forma a recomendarem a ação adequada e proporcionarem auxílio na implementação dessas recomendações (CROCCO e GUTTMANN, 2010, p. 6).

No campo profissional do Serviço Social, a discussão acerca do tema da assessoria e da consultoria em serviço social surge em meados do ano de 1970. Nesse período histórico “o serviço social vivenciava o início da maturidade teórica e havia todo um movimento de reconceituação cuja essência caminhava em direção à perspectiva de intenção de ruptura” (GONTRAN, 2017).

Nessa fase a profissão de Assistente Social atravessava uma efervescência teórica e uma efervescência política em que sua trajetória punha-se diante de toda uma gama de

debates, onde pairava toda sorte de temas, questões e assuntos que até então não eram discutidos do seio da categoria profissional.

Nesse contexto, a assessoria e a consultoria são temáticas que passaram a fazer parte do debate do Serviço Social a partir do ano de 1970. Com o advento da Lei nº 8.662 (BRASIL, 1993) que dispõe sobre a profissão de Assistente Social tem-se então a delimitação das atribuições e das competências privativas dessa profissão.

Dentre as competências consta a de prestar assessoria e consultoria a órgãos da administração pública direta e indireta, empresas privadas e outras entidades, tudo conforme o inciso VIII do art. 4º da Lei nº 8.662. Conquanto, a considerar o inciso III do art. 5º do mesmo arcabouço legal, constitui-se atribuição privativa do Assistente Social assessoria e consultoria em órgãos da Administração Pública direta e indireta, empresas privadas e outras entidades, em matéria de Serviço Social.

Nos dias atuais há poucas pesquisas ou pouco arsenal bibliográfico que abarque a temática do vasto campo profissional a envolver a atividade de consultoria em Assistência Social, bem como há poucos profissionais liberais possuidores de diploma de curso superior em Serviço Social de atuação profissional autônoma.

Por si só o profissional de serviço social detém a sua identidade de Assistente Social muito atrelada a um processo de institucionalização da profissão, de forma que o acaba perdendo a característica da condição de profissional liberal que tem plenas condições de exercer seu trabalho de forma independente e com mais liberdade de exercer a profissão, podendo constituir empresa ou ser empregado.

2.1 ESTUDO DOS CLIENTES

O produto mais caro disponibilizado pela JM Acolher é a Formação em *coaching*/consultoria na atuação em perspectiva social. As nuances que permeiam a formação do preço desse produto serão mais bem explicitadas no Plano Financeiro. No entanto, as pessoas que recebem orientação social gratuita da Sra. Jussara Cunha estão também obtendo pra si um produto da JM Acolher, pois é prerrogativa do Assistente Social de formação dispor esse tipo de atendimento para seu público/cliente.

Óbvio que não havendo clientes para comprar produtos não há como ocorrer o aporte de dividendos e, portanto, não há negócios viáveis. Acontece que a influência decorrente do atendimento prestado de maneira voluntária já trouxe outras formas de retorno indireto para a proprietária. Destaca-se o reconhecimento e a referência de liderança inata que emana da Sra. Jussara, posto que ela detém carisma e aceitação em diversos círculos sociais, a ponto de naturalmente ser cotada para concorrer a uma cadeira de vereadora na Câmara Municipal de Guarabira, cujas pesquisas de intenção de votos recai com boa aceitação sobre seu nome.

Então, não seria prudente haver a dissociação desses aspectos intrínsecos destacados da identificação de características dos clientes. Uma coisa está ligada a outra pela autoridade que o nome da Sra. Jussara Cunha representa para a captação de pessoas que se habilitem na pretensão de consumo de seus produtos indicados no *mix* de produtos já especificado.

Não obstante, sem a pretensão de incorrer em repetição desnecessária de todos os aspectos das características gerais dos clientes, uma vez que os subitens “a”, “b” e “c” do item 1.2.5 já trataram deste assunto, apenas faz-se adiante a citação de quem são aqueles que buscam soluções para algo que precisam ou desejam: indivíduos; grupos; órgãos da administração pública direta e indireta; empresas privadas; outras entidades; e, mais especificamente, profissionais e estudantes do Serviço Social.

2.2 ESTUDO DOS CONCORRENTES

O contexto de demanda por serviços de consultoria trata da caracterização dos modos de emprego do futuro, assim como dos que ocorrem nos tempos atuais em empresas proativas. O trabalho passa a ser cada dia mais praticado por ‘profissionais sem emprego’, que tenham plenas condições para oferecer o conhecimento e as habilidades no qual uma empresa precisa obter em determinado espaço de tempo.

Logo, a observação da atuação da concorrência foi efetuada pela sondagem realizada junto aos empreendimentos acessíveis a partir da rede mundial de computadores. O ramo de consultoria em serviço social é considerado um trabalho mais pontual, mais especializado e voltado para ‘sara a dor sentida pelo paciente/cliente’ conforme diz-se popularmente no jargão dos Assistentes Sociais.

	Qualidade	Preço	Condições de Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços aos Clientes	Garantias Oferecidas
JM Acolher	Boa	R\$ 210	3 (três) parcelas	Paraíba	Plataforma do site, telefone ou correio eletrônico	Formação de consultoria em serviço social	Vivências práticas no ramo da Assistência Social
Ideia Criativa (2019)	Boa	300	12x R\$ 30,13	Bahia	Plataforma do site	Cursos diversos várias áreas	Elevado número de alunos; 3 anos de suporte
RH Portal (2019)	Mediana	--	A combinar	São Paulo	Telefone ou correio eletrônico	Atendimento de Assistente Social terceirizado.	Entrevista e atendimento individual

Quadro 1 – Concorrentes (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

Pretende-se fazer com que a empresa tenha condições de competir com as outras que já estão há mais tempo no ramo de atividade de consultoria a partir da disponibilização de material gratuito para profissionais interessados, isso mediante oferta de conteúdo relevante em sites de busca de forma a possibilitar a apresentação de uma metodologia própria de ensino e capacitação profissional para quem quiser trilhar o sucesso como consultor em Assistência Social.

O material disponibilizado em vídeo aulas na internet pela JM Acolher terá como parâmetro o formato desenvolvido pela Consultoria Técnica em Serviço Social Ltda de propriedade da Sra. Vilma Pereira Farias Silva (2019) e servirá de chamamento para que Assistentes Sociais tenham interesse no seu conteúdo. Com a primeira apresentação do *e-book* baixado gratuitamente o interessado poderá tomar conhecimento de todo o *mix* de produtos da JM Acolher e pretender adquirir o Curso de Formação em *coaching*/consultoria na atuação em perspectiva social, que é o produto mais arrojado para captar dividendos para a empresa.

O ramo da consultoria em serviço social é pouco explorado no campo de atuação do profissional de nível superior em serviço social. A Sra. Jussara Cunha percebeu esse nicho de mercado e propôs-se a oferecer alternativa que resulte na capacitação de consultores em Assistência Social por entender que há espaço para todos os que desejarem atuar neste campo do conhecimento humano. Quer a proprietária da empresa objeto deste Plano de Negócios ser uma espécie de *coaching* tanto na orientação social ao público em geral, quanto no exercício

das atividades privativas do Assistente Social e finalmente como consultora técnica para agentes sociais.

2.3 ESTUDO DOS FORNECEDORES

Na tentativa de definir fornecedores de *Know How* o autor deste Plano de Negócios fez uma pesquisa semiestruturada com um empresário do ramo do *marketing* digital. O critério de escolha do fornecedor foi o baixo custo dos serviços cobrados.

Na entrevista o Professor Barros (2019) apresentou suas impressões logo após ter ouvido uma apresentação sucinta daquilo que era almejado neste Plano de Negócios. Então, durante a fala do professor foram destacados conselhos para a Sra. Jussara no que concerne a tomar uma autoridade sobre o assunto de consultoria em Assistência Social nos espaços de mídia existentes nas redes sociais.

Barros é o presidente da consultoria e treinamentos que leva o seu nome e, durante a entrevista, ele afirmou que, para criar tal autoridade, faz-se necessário ativar uma *fanpage* corporativa. Não obstante, a empresária deverá exibir sua performance no desempenho de ações sociais, valorizando aspectos de sua figura pública. Também será primordial que a proprietária da JM Acolher possua um site segmentado.

Ao explicar melhor o que é o site segmentado o professor deu exemplo de como os algoritmos enviam mensagens publicitárias com dizeres apelativos do tipo: “o melhor curso de relaxamento está disponível agora, então clique aqui”. Ao receber um clique do internauta curioso pela propaganda apelativa, obrigatoriamente, o instrumento de navegação será direcionamento para uma página de extensão “.com” contendo domínio próprio, além de possuir vídeos com depoimentos de alunos.

Ao deparar-se com testemunhos de pessoas que explanam suas impressões acerca do empreendimento tem-se aí a ativação do processo de *rapport* (2018) que proporcionará a geração de mais venda e, conseqüentemente, mais visualizações de conteúdo. *Rapport* causa o efeito espelho responsável por induzir o comportamento do consumidor, de acordo com Barros (2019).

Eis que Oliveira (2010) relata sobre as perspectivas do setor com base no histórico vivenciado no país e menciona a competitividade crescente do mundo contemporâneo como forte motivo para a demanda dos serviços de consultoria. Sobre o crescimento dos serviços de consultoria comenta:

Essa situação também tem ocorrido no Brasil, principalmente a partir de meados da década de 1960, sendo que as principais causas são, primeiramente, o crescimento do parque empresarial e, em segundo lugar, a necessidade de conhecimento atualizado das técnicas e metodologias de gestão empresarial, para fazer frente ao novo contexto de concorrência entre as empresas, resultante da globalização da economia (OLIVEIRA, 2010).

Então, para um empresário destacar-se ante a competitividade acirrada tão presente nos dias atuais o Professor Barros, aspirante a fornecedor, recomenda identificar caminhos possíveis: valorizar a imagem pessoal; expandir os canais de mídias sociais; onde o ‘céu é o limite’.

O professor indicou lançar um curso no valor de R\$ 2,00 (dois reais) para ser divulgado no Brasil inteiro e então ocorrer o aporte de receita a partir da quantidade das adesões. Claro que essa proposta somente poderá ser melhor esmiuçada quando a JM Acolher

optar por receber os serviços de consultoria em *marketing* digital da empresa presidida pelo professor.

Finalmente, a entrevista terminou com troca de contatos e a promessa de que muito em breve reestabelecer-se-ia o diálogo proferido. O professor mostrou-se otimista com a proposta do Plano de Negócios voltado para orientação social e consultoria em Assistência Social.

2.4 AMEAÇAS E OPORTUNIDADES

Baseando-se na matriz SWOT (forças, Fraquezas, ameaças e oportunidades) foram listadas as seguintes considerações, isso no âmbito do ambiente interno e externo à empresa.

1. Forças – serviço inovador no mercado; diferencial competitivo voltado para a renovação contínua do indivíduo; nicho de mercado;
2. Fraquezas – concorrentes com produtos similares; falta de estabilidade no faturamento;
3. Ameaças – abrir oportunidade deste nicho a outras concorrentes da área;
4. Oportunidades – grande número de pessoas com necessidade de mudanças; chances de identificar lacunas e deficiências na prestação dos serviços de consultorias recebidos pelos potenciais clientes.

3 PLANO DE MARKETING

Para Malhotra (2012) pesquisa de *marketing* é a identificação, coleta, análise, disseminação e uso de informações de forma sistemática e objetiva para melhorar a tomada de decisões relacionadas com a identificação e solução de problemas e oportunidades de *marketing*.

Nessa fase adotou-se a opção de testar com o próprio modelo de negócio através do uso de uma técnica que aplica a pesquisa de mercado ou pesquisa de *marketing* com protótipo do serviço a ser oferecido, a qual se chama *Design Thinking* (2019), que pode ser adaptado à pesquisa de mercado.

Nesse caso, no *Design Thinking* ocorrerá a busca de uma experiência e então vai ser possível criar um protótipo que é um serviço que se assemelha (mais ou menos parecido ou com as mesmas características do serviço final que vai ser entregue ao cliente).

Assim sendo, foi possível validar parâmetros que vão indicar se as pessoas chegam a gostar do serviço prestado ou mesmo elucidar o que pode ser melhorado no serviço, bem como ocorre a identificação do que pode ser retirado do projeto.

Assim sendo, foi feito um protótipo e este foi mostrado para as pessoas que fazem parte do público alvo. Como o Plano de Negócios da JM Acolher foi pensado nessa possibilidade de protótipo, a consultoria em Assistência Social para a formação de consultores técnicos em Assistência Social também poderá obter receitas através da assessoria e execução de serviços de apoio às soluções indicadas, conforme experiências e competências de sua proprietária, isso a considerar os louros de uma equipe já formada pela empresa e até mesmo com a influência angariada através das relações com seus parceiros comerciais.

Como já foi explicitado no Sumário Executivo, a JM acolher oferecerá consultoria em Assistência Social desde os primórdios de sua estruturação, mas não descartará a possibilidade do incremento de competências, conforme citação a seguir: “prestar assessoria e

apoio aos movimentos sociais em matéria relacionada às políticas sociais, no exercício e na defesa dos direitos civis, políticos e sociais da coletividade; (...) coordenar, elaborar, executar, supervisionar e avaliar estudos, pesquisas, planos, programas e projetos na área de Serviço Social” (BRASIL, 1993).

Por conseguinte, no incrementar da execução da assessoria há ações de apoio em formação de *coaching* e/ou consultoria, bem como na oferta de demais serviços alinhados com a gestão em Assistência Social, tendo como principais objetivos a obtenção de notoriedade do negócio e, conseqüentemente, fontes de receita:

- a) assessoria na estruturação de ONGs (implantação, reestruturação e monitoramento; visita técnica em ILPI - Instituições de Longa Permanência para Idosos (elaboração de diagnóstico situacional);
- b) elaboração de projetos sociais (elaborado de forma personalizada respeitando a necessidade do cliente);
- c) perícias com laudo social (avaliação de uma situação específica com a finalidade de subsidiar uma decisão via de regra judicial);
- d) avaliação socioeconômica (análise e parecer de uma situação socioeconômica com concessão de um determinado benefício);
- e) laudo social *Home Care* (*check-up* das demandas de casos crônicos provenientes de empresas de atendimento à saúde);

Noutro aspecto, ainda podem ser atribuições do Assistente Social num contexto do serviço organizacional as seguintes prerrogativas: visita social domiciliar (constatação da realidade social do meio onde o indivíduo está inserido); visita social hospitalar (levantamento e avaliação do serviço oferecido pela instituição de Saúde); atendimentos emergenciais (atendimentos pontuais em situações críticas); plantão 24 horas (disponibilidade um canal de comunicação para atendimento emergências *in loco*); plantão social (disponibilidade de um profissional de serviço social para atendimento dos colaboradores em órgãos da administração pública, empresas privadas ou outras entidades); diagnóstico social e profissional (identificar situações problemas e propor ações resolutivas); elaboração de projetos sociais (elaborado de forma personalizada respeitando a necessidade do cliente com foco na qualidade de vida do colaborador); e, projeto de responsabilidade social (elaborado a partir de estudo territorial da comunidade onde a empresa está inserida).

Então, diante de tudo o que foi explicitado anteriormente, tem-se como primeira ação a incumbência de apresentar a empresa para a sociedade a partir da viabilidade do negócio evidenciada mediante dados coletados na pesquisa de mercado, tudo com o fito de embasar este Plano de Negócios.

3.1 DADOS COLETADOS NA PESQUISA DE MERCADO

Para o protótipo de empresa pensada a partir da aplicabilidade do *Design Thinking*, poder-se-ia até ousar e propor um novo estilo *coaching*, *coaching* social ou equivalente à consultoria em Assistência Social, onde são alinhados elementos do serviço social de caso e do *coaching*.

O *coaching* social ou o consultor em Assistência Social pode ser entendido como um processo de orientação social, sendo que a orientação é segundo a Lei que regulamenta a profissão do profissional que possui graduação em Serviço Social.

A orientação social, por sua vez, se caracteriza por um processo que considera o contexto social em suas múltiplas faces. É um momento de estudo/investigação das

informações socialmente relevantes que permitem a tomada de decisão e de direção através da elaboração de um plano de ação, tanto para vida pessoal, profissional, organizacional quanto na vida em família.

Ainda, a orientação social considera o viver social em seu cotidiano e as relações interpessoais, como também as situações/problemas sociais procurando junto com o cliente as ações interventivas mais adequadas, o que requer um pensar e agir planejado na busca de uma melhor qualidade de vida, tanto pessoal, profissional, organizacional e familiar.

Contudo, a orientação social materializa-se na resolução das situações/problemas apresentados e devidamente tratados em conjunto, cliente e Assistente Social, tendo como pressuposto que o postulado de que o indivíduo deve ser sujeito do seu processo de mudança e que tal processo caracteriza-se como sendo de aprendizado para ambas as partes.

3.2 DISCUSSÃO DE DADOS DIANTE DA PROPOSTA DE ABERTURA DA EMPRESA

Após serem compiladas todas as experiências levantadas na fase de análise das entrevistas e observações realizadas, isso tudo a partir da aplicabilidade do protótipo recomendado na forma *Design Thiking*, foi possível constatar que o *coaching* surge na atualidade como um espaço e um instrumento de intervenção na realidade humana e social e apresenta certa aproximação com o Serviço Social.

Primeiramente, em razão de que o Serviço Social tem historicamente uma relação muito próxima com a abordagem individual ou clínica, o que proporciona uma grande afinidade teórica e prática de consultoria. Mas ao logo do tempo o Serviço Social abandona em certa medida esta prática, pelo menos no Brasil, inclusive devido à excessiva abordagem psicológica que afeta e esbarra nas relações legais com os psicólogos.

E o que podemos concluir na pesquisa de mercado procedida é que há viabilidade no empreendimento ensejado no escopo deste Plano de Negócios, pois foi possível constatar que o *coaching* apresenta-se como uma abordagem adequada para o serviço social uma vez que não enfatiza uma abordagem terapêutica psicanalítica, antes, aliás, centra esforços no presente e procura clarear os problemas, estabelecendo metas e objetivos, estratégias adequadas e resolutividade de casos, até que culmine por alcançar as metas de forma a tornar-se um espaço de atuação e um instrumento valioso na cura de uma ‘dor’ específica.

Assim sendo, como desafio para o negócio aqui tratado vai ser importante desenvolver capacidades que, geralmente, os núcleos de formação de agentes sociais não conseguem desempenhar em termos de capacidades técnicas. Então, para suprir as deficiências do aprendizado, a dica da especialista e proprietária da JM Acolher para cada pessoa é manter-se constantemente atualizada, chegando a participar de atividades extracurriculares que possibilitem crescimento contínuo e até mesmo cultivar a porção empreendedora que há em cada ser humano.

4 PLANO DE OPERAÇÕES

A JM Acolher pretende inserir-se em *site* de busca a partir da veiculação de alguns artigos elaborados sobre a temática de consultoria técnica em Serviço Social. O *e-book* ou os *slides* disponibilizados na rede social denominada LinkedIn poderão potencializar a divulgação do empreendimento. Não obstante, outra forma de operacionalizar o negócio é

criar um canal com apresentações de vídeos no Youtube e Facebook sobre consultoria em serviço social com atuação nas organizações.

Paralelamente, todo o trabalho não remunerado concernente à orientação social assinalada como um dos produtos da JM Acolher também será divulgado nas plataformas de mídias da empresa. O intuito dessa tratativa é garantir que cada sugestão obtida no trato da formação remunerada em consultoria passe a agregar experiências da Sra. Jussara Cunha enquanto voluntária, assim como ocorra a chancela de outros profissionais alinhados a estudos teóricos quando deixarem depoimentos postados contendo suas impressões. Também há a pretensão de que depoimentos acerca de casos do passado sejam postados com declarações de quem já foi alcançado pelo trabalho individual desenvolvido pela mentora da JM Acolher.

O segundo e o terceiro produto da empresa da JM Acolher terá a configuração descrita a seguir quanto à formatação a ser proposta na organização para a qual for ofertada a consultoria em Assistência Social. Segue atividades a serem desempenhadas:

- Conquista de clientes (ações de *marketing*);
- Apresentação da proposta de valor e serviços executados pela consultoria;
- Compreensão acerca das necessidades do cliente (visita de alinhamento);
- Negociação contratual (apresentação de proposta e coleta de aceite);
- Procedimentos administrativos: produção de contrato, emissão de nota fiscal e recibos;
- Diagnóstico;
- Produção, conforme serviços contratados;
- Registros de acompanhamento dos serviços contratados e avaliação de desempenho;
- Entrega de produto/serviço.

Mediante o trabalho de consultoria, a empresa JM Acolher poderá propor diagnóstico e formulação de soluções acerca de um assunto ou especialidade, isso através da prestação de serviços que elucidem problemas corporativos, onde um profissional qualificado possa realizar um diagnóstico para identificação de problemas organizacionais e executar consultoria em serviço social.

Num apanhado geral, o consultor em Serviço Social pode oferecer alternativas que repercutem positivamente na organização, principalmente nas áreas de elevação da produtividade, redução de acidentes do trabalho, melhoria do clima organizacional, melhoria da imagem positiva da empresa, redução do absenteísmo, composição do mapeamento social e levantamento do diagnóstico social, tudo de acordo com o perfil e a necessidade do cliente.

O Assistente Social pode exercer suas funções através de palestras, atendimentos individuais, grupais, dinâmicos e pesquisas. Atua também promovendo reflexos sobre a origem dos fatores levando o cliente a ser capaz de decidir sua própria vida e carreira.

Quando o Assistente Social não tem vínculo empregatício com determinada empresa, mas presta-lhe consultoria, assessoria, parecer social ou qualquer outra atribuição privativa de sua profissão regulamentada, deve-se então utilizar a Tabela Referencial de Honorários de Serviço Social (TRHSS).

A TRHSS é um instrumento que fixa o valor mínimo a ser cobrado para hora técnica de acordo com a formação do Assistente Social. Entre outras atribuições, ela determina o valor da hora técnica fixando o valor mínimo a ser cobrado. Tal valor serve de parâmetro para prestação dos serviços profissionais do Assistente Social que desempenha seu labor sem possuir qualquer vínculo empregatício, vínculo estatutário ou de natureza assemelhada com a empresa contratante.

Considerando o parágrafo 2º do artigo 1º da Resolução CFESS nº 418/2001, que instituiu a TRHSS, ora complementada pela Resolução CFESS nº 467/2005, tem-se tais valores da hora técnica corrigida pelo ICV/DIEESE: graduados(as) obterão R\$ 125,75 pela

hora técnica; especialistas obterão R\$ 141,23 a hora técnica; mestres obterão R\$ 177,98 a hora técnica; e, doutores(as) obterão R\$ 201,21 a hora técnica.

5 PLANO FINANCEIRO

Para fins de explicitar nuances primordiais para a plena compreensão do plano financeiro a ser apresentado mais adiante descrever-se-á agora os pacotes e planos de serviços, em caráter de exemplo, a ser adotado para o 3º produto comercializado na modalidade EaD com plataforma completa, sendo ele identificado pela letra 'c' na relação do *mix* de produtos:

Investimento de R\$ 210,00 (duzentos reais) para Formação em *coaching*/consultoria. Valor dividido em 03 (três) parcelas da seguinte forma de parcelas, sendo a primeira parcela no valor de R\$ 70,00 (sessenta reais) para pagamento em 30 dias, a segunda no valor de R\$ 70,00 (sessenta reais) para pagamento em 60 dias e, finalmente, a última parcela final no valor de R\$ 70,00 (sessenta reais) para pagamento em 90 dias.

Notadamente, o pacote descrito no parágrafo anterior refere-se à capacitação a ser ofertada num estágio mais avançado dos negócios da consultoria em Assistência Social. Os serviços a serem ofertados de maneira preliminar poderão ter caráter voluntário ou minimamente remunerado, mas com o tempo decorrido de dois anos a três anos, após estruturar-se a autoridade da marca pessoal emprestada pela Sra. Jussara Cunha à empresa JM Acolher, seria consolidada a proposta completa de formação em *coaching*/consultoria em Assistência Social como o produto que mais traria dividendos para o caixa da empresa.

5.1 ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS FIXOS

Nesta etapa será possível determinar o investimento total necessário ao funcionamento da empresa. Dada a especial condição em que atuará a JM Acolher, ao final será importante elucidar se acaso os custos subtraídos da renda possibilitaram a obtenção de alguma espécie de lucro.

A – Máquinas e equipamentos

	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Smartphone ou filmadora com resolução 4k	1	R\$ 900,00	R\$ 900,00
2	Microfone de lapela	1	R\$ 36,00	R\$ 36,00
Subtotal				R\$ 936,00

Quadro 2 – Investimento fixo – máquinas e equipamentos (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

B – Móveis e utensílios

	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Banner com logomarca da empresa	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
2	Tripé profissional	1	R\$ 255,00	R\$ 255,00
3	Kit Estúdio: Tripé Iluminação + Softbox 50x70 + Lâmpada 150w	1	R\$ 190,00	R\$ 190,00
Subtotal				R\$ 565,00

Quadro 3 – Investimento fixo – moveis e utensílios (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

O custo fixo mensal é definido a partir da soma do Subtotal do Quadro 2 e 3, ou seja, R\$ 936,00 + R\$ 565,00 = R\$ 1.501,00 que equivale ao total dos investimentos fixos.

5.2 CAPITAL DE GIRO

A comercialização da capacitação de consultoria em Assistência Social que é o 3º dentre os contidos no *mix* de produtos estará representada na média do prazo de financiamento a clientes, conforme segue:

A – Contas a receber – Calculo do prazo médio de vendas para produto ‘c’

Prazo médio de vendas	%	Número de dias	Média ponderada em dias
À vista	20%	0	0
A prazo(1)	43%	30	12,9
A prazo(2)	32%	60	19,2
A prazo(3)	5%	90	4,5
Prazo médio Total			36,6 dias

Quadro 4 – prazo médio de vendas (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

O caixa mínimo para o cálculo do prazo médio de compras o valor é nulo, pois não há produto físico a ser disposto por fornecedores e, portanto, para eles não se faz necessário estipular pagamento de eventuais débitos.

Além do que, outro ponto é a inexistência de valor-referência para cálculo é o da matéria-prima ou das mercadorias em estoque na empresa, portanto, serão nulos os valores atinentes a Estoques e a Fornecedores como bem será possível visualizar na tabela do Cálculo de necessidade líquida de capital de giro em dias, conforme Quadro 5.

	Número de dias
Recurso da empresa fora do seu caixa	
1- Contas a receber – prazo médio de vendas	36,6 dias
2- Contas a receber – prazo médio de vendas	0
Subtotal 1 (item 1 + 2)	36,6 dias
Recurso de terceiros no caixa da empresa	
3- Fornecedores – prazo médio de compras	0
Subtotal 2	36,6 dias
Necessidade líquida de capital de giro em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	36,6 dias

Quadro 5 – necessidade de capital de giro (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

É importante ressaltar que não houve valor de referência para a estimativa de estoque inicial, pois não será necessário o aportes de materiais para compor qualquer produto físico ou

mercadoria tangível. Antes, aliás, a empresa estará forçada na prestação de serviços de consultoria

Para que a empresa financie suas operações iniciais faz-se necessário definir o caixa mínimo de reserva em dinheiro, conforme segue:

1- Custo fixo mensal	R\$ 1.501,00
2- Custo variável mensal	0
3- Custo total da empresa (item 1 + 2)	R\$ 1.501,00
4- Custo total diário (item 3 dividido por 30 dias)	R\$ 50,03
5- Necessidade líquida de capital de giro em dias	36,6 dias
Caixa mínimo para cobertura dos custos da empresa (item 4 x 5)	R\$ 1.831,22

Quadro 6 – Caixa mínimo (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

5.3 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Antes mesmo de começar a vender já há necessidade de compreender aspectos alusivos aos gastos realizados antes do início das atividades da empresa. No entanto, algumas das taxas de registro da empresa poderão ser extintas ou mitigadas por ocasião da sanção presidencial da Medida Provisória 881 (Brasil, 2019) que facilitou a obtenção do número do CNPJ mediante registro automático de atos constitutivos, bem como de suas alterações e extinções nas Juntas Comerciais independentemente de autorização governamental.

Por essa razão, alguns dados do quadro abaixo estarão pendentes de verificação posterior, com respaldo nas novas regras da vindoura Lei da Liberdade Econômica.

Investimentos pré-operacionais	R\$
Despesas de legalização	R\$ 50,00
Obras civis ou reformas	R\$ 30,00
Divulgação	R\$ 300,00
Outras despesas	R\$ 100,00
Total	R\$ 480,00

Quadro 7 – Investimentos pré-operacionais (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

5.4 TOTAL INVESTIMENTO (RESUMO)

O total de valores a ser investido no Plano de Negócio da JM Acolher já poderá ser conhecido. Como já foi abordado noutra etapa deste Plano de Negócios, o capital de criação da empresa será feito a partir de recursos próprios advindos de investimento da proprietária com a ajuda de seu esposo, o autor deste trabalho. O Quadro 8 melhor demonstrará tais postulados.

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	%
1- Custo fixo ao triênio – somatório dos quadro 1 e 2	R\$ 1.501,00	75,76
2- Recursos de terceiros	0	0
3- Outros		
4- Total de Investimentos pré-operacionais	R\$ 480,00	24,23
Total	R\$ 1.981,00	100,00

Quadro 8 – Investimento total (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

5.5 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO SEMESTRAL DA EMPRESA

Nessa fase do Plano de Negócios há o pressuposto de que a rede de contatos da Sra. Jussara já possibilite estimar a composição de uma primeira turma presencial formada dentre os alunos e ex-alunos. Assim sendo, o valor de R\$ 20,00 estipulado no *mix* de produtos para a capacitação básica de consultoria em Assistência Social será oferecido para cerca de 50 alunos.

A quantidade de clientes estimada é equivalente ao público que esteve presente numa capacitação ocorrida na UNOPAR ministrada ainda este ano por uma outra Assistente Social, ocasião em que foi possível obter público cativo de 50 alunos (ou ex-alunos), restando provado que há mercado para o intento da JM Acolher.

Numa perspectiva mais arrojada, a JM Acolher tem a pretensão de fazer ao menos duas capacitações básicas, arbitrando o mesmo valor do produto. O tempo decorrido entre um e outro evento seria de pelo menos seis meses, perfazendo um total de um ano e meio para ocorrer o aporte sazonal de receita conforme Quadro 9.

Produto/serviço	Quantidade (estimativa de vendas)	Preço de venda unitário (em R\$)	Faturamento total (em R\$)
1ª capacitação básica	50	R\$ 20,00	R\$ 1.000,00
2ª capacitação básica	55	R\$ 20,00	R\$ 1.100,00
3ª capacitação básica	60	R\$ 20,00	R\$ 1.200,00
1ª capacitação completa	5	R\$ 210,00	R\$ 1.050,00
2ª capacitação completa	10	R\$ 210,00	R\$ 2.100,00
3ª capacitação completa	15	R\$ 210,00	R\$ 3.150,00
Total	195		R\$ 9.600,00

Quadro 9 – Estimativa de faturamento semestral – projeção para três anos.
(Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

Com o desenvolvimento de uma plataforma digital interativa que possibilite um número crescente de visualizações de vídeos no Youtube e Facebook poderá ocorrer uma maior divulgação do produto ‘c’ na modalidade completa. Então, nesse período já será possível fazer uma projeção de até 5 cursos comercializados após dois anos de ativação da empresa, estimando-se outros 10 cursos para o tempo de dois anos e meio e, pelo menos, 15 cursos virtuais adquiridos em três anos de funcionamento da JM Acolher.

Para efeito de cálculos vindouros não se considerará valores significativos para custo unitário de materiais diretos e terceirizações, principalmente por que tais dados devem ser preenchidos somente quando tratar-se de empresa com atividade no setor industrial.

A JM Acolher vai optar pelo SIMPLES Nacional tão logo passe a ter CNPJ e, por ser um empreendimento da categoria MEI não terá que pagar os impostos federais como IRPJ, Cofins, IPI, CSLL e PIS. Além do que, o ICMS implicará sobre os negócios da empresa, sendo devido apenas o ISS para a prefeitura da cidade em que ocorrer o treinamento básico.

Descrição	%	Faturamento estimado (Quadro 9)	Custo total (R\$)
1- Impostos			
Impostos federais			
SIMPLES, PIS, IRPJ, COFINS e CSLL	0	0	0
Impostos estaduais			
ICMS	0	0	0
Impostos municipais			
ISS – Imposto sobre serviços	5%	R\$ 6.300,00	R\$ 315,00
Subtotal 1			R\$ 315,00
Gastos com vendas			
Comissões	0	0	0
Propagandas (impulsão em redes sociais)			R\$ 100,00
Taxa de administração do cartão de crédito			
Subtotal 2			R\$ 100,00
Total (subtotal 1 + 2)			R\$ 415,00

Quadro 10 – Estimativa de custos de comercialização – projeção para três anos (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

Como a JM Acolher teve o seu funcionamento estruturado mais especificadamente na oferta de serviços virtuais de consultoria em Assistência Social, todos os valores de receitas com vendas de cursos foram contabilizados por semestre como estimativa de faturamento, pois o negócio desenvolver-se-á na residência da empresária.

Assim sendo, ao ser feita a contabilização dos custos fixos para água, energia elétrica e alguns outros custos fixos aplicou-se o fator percentual de 20% sobre o Custo Total Mensal obtendo-se assim o Custo Total Semestral, tomando-se como referência os valores médios habitualmente cobrados nas taxas mensais aplicáveis ao empreendimento (ver localização citada no item 1.2.6). Notadamente, para aplicar o valor percentual utilizado considerou-se relativa margem de segurança como cautela para estimar os gastos.

Para outros valores de custos fixos simplesmente utilizou-se o fator de acréscimo com operação de multiplicação pelo número de meses utilizados como referência, ou seja, seis meses de contabilização. Finalmente, para obter-se os Custos Variáveis Totais no período de seis meses juntou-se os valores de custo total semestral de cada custo fixo descrito no Quadro 11.

Descrição	Custo Total Mensal	Fator de acréscimo	Custo Total Semestral
Água	R\$ 39,00	20% = R\$ 7,80	R\$ 46,80
Energia Elétrica	R\$ 120,00	20% = R\$ 24,00	R\$ 144,00
Telefone	R\$ 50,00	20% = R\$ 10,00	R\$ 60,00
Banda larga	R\$ 75,00	20% = R\$ 15,00	R\$ 90,00
Honorários do contador	R\$ 15,00	Multiplicar por 6 meses	R\$ 90,00
Pró-labore	R\$ 40,00	Multiplicar por 6 meses	R\$ 240,00
Material de Limpeza	R\$ 3,00	Multiplicar por 6 meses	R\$ 18,00
Material de escritório	R\$ 5,00	Multiplicar por 6 meses	R\$ 30,00
Combustível	R\$ 50,00	20% = R\$ 10,00	R\$ 60,00
Taxas diversas	R\$ 7,00	Multiplicar por 6 meses	R\$ 42,00
Serviços de terceiros	R\$ 8,00	Multiplicar por 6 meses	R\$ 48,00
Outras despesas (depreciação etc)	R\$ 12,45	Multiplicar por 6 meses	R\$ 74,70
Custos Variáveis Totais (por semestre como referência)			R\$ 943,50

Quadro 11 – Custos Variáveis Totais no exercício de um semestre (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

Para cálculo de depreciação levou-se em conta os itens descritos nos Quadros 2 e 3. Como o fator de depreciação considerado foi de 20% ao ano para cada equipamento, temos

R\$ 93,00 + R\$ 56,50 = R\$ 149,50, que dividido por doze meses resultou numa depreciação mensal de R\$ 12,45.

5.6 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

Os custos Variáveis Totais por cada semestre foram calculados na estimativa de R\$ 943,50, conforme resultado obtido no Quadro 11. Como o Demonstrativo de Resultados considerará a Receita Total de Vendas para a projeção de três anos, considerou-se os Custos Variáveis Totais de acordo com os cálculos: R\$ 943,50 x 6 semestres = R\$ 5.661,00.

O resultado previsto da empresa indicará se acaso ela irá operar com lucro ou prejuízo.

Quadro	Descrição	R\$
Quadro 9	1- Receita total com vendas	R\$ 9.600,00
	2- Custos variáveis totais	R\$ 5.661,00
	(-) Custos de materiais diretos	0
Quadro 10 (subtotal 2)	(-) Gastos com vendas	R\$ 100,00
	Subtotal de 2	R\$ 3.839,00
	3- Margem de contribuição	1,56
	4- Custos fixos totais ou Custos variáveis totais	R\$ 5.661,00
	5- Resultado operacional (lucro ou prejuízo)	R\$ 3.839,00

Quadro 12 – Demonstrativo de resultados - projeção para três anos (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

5.7 INDICADORES DE VIABILIDADE

5.7.1 Ponto de Equilíbrio

Antes de serem feitos os cálculos do ponto de equilíbrio da JM Acolher será necessário considerar que a receita total dos três primeiros semestres é diferente da receita três semestres seguintes. Assim sendo,

$$\text{Margem de Contribuição} = \text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}$$

$$\text{Índice de Margem de contribuição (IMC)} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}}{\text{Receita total}}$$

Para os três primeiros semestres

$$\text{IMC} = \frac{\text{R\$ 3.300} - \text{R\$ 943,50}}{\text{R\$ 3.300}} = 0,71$$

Para os três últimos semestres

$$\text{IMC} = \frac{\text{R\$ 6.300} - \text{R\$ 943,50}}{\text{R\$ 6.300}} = 0,85$$

$$\text{Ponto de equilíbrio} = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{IMC}} = \frac{5.561,00}{0,71 + 0,85} = \text{R\$ } 3.564,74$$

Assim, a empresa precisará faturar R\$ 3.564,74 para pagar todos os seus custos em um período de seis semestres que equivalem aos três anos de projeção da efetiva atividade do empreendimento.

5.7.2 Lucratividade

É um indicador que serve para medir o lucro líquido em relação às vendas. Por estar relacionado com a competitividade é um dos mais importantes indicadores econômicos das empresas.

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Receita Total}} \times 100$$

Devamos considerar todos os valores que oneraram a Receita Total pelo período de três anos e descontar tudo para então obter o Lucro Líquido, então:

$$\text{Lucro Líquido} = \text{Receita Total} - \text{Total de Saídas}$$

$$\text{Lucro Líquido} = \text{R\$ } 9.600,00 - \text{R\$ } 6.176,00 = \text{R\$ } 3.424,00$$

Então, Lucratividade = Para o primeiro ano da empresa

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ } 3.424,00}{\text{R\$ } 9.600,00} \times 100 = 35,67 \% \text{ no triênio}$$

Isso quer dizer que sob os R\$ 9.600,00 de receita total restam R\$ 3.424,00 na forma de lucro líquido, isso depois de pagas todas as despesas, custos e impostos, o que indica uma lucratividade considerável depois do período de três anos de ativação da empresa.

5.7.3 Rentabilidade

Por medir o retorno do capital investido aos respectivos sócios constitui-se um indicador de atratividade.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ } 3.424,00}{\text{R\$ } 1.981,00} \times 100 = 172,84\% \text{ no triênio}$$

Isso significa que ao final de um período de três anos a Sra. Jussara Cunha poderá auferir um percentual de pelo menos 172,84% do valor investido através dos expressivos lucros obtidos no negócio.

5.8 PROJEÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Planilha de Fluxo de Caixa (de novembro de 2019 a novembro de 2022)						
	1º Semestre	2º Semestre	3º Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre
Entradas						
Vendas à vista	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00	R\$ 1.200,00			
Vendas à prazo (30 dias)				R\$ 350,00	R\$ 700,00	R\$ 1.050,00
Vendas à prazo (60 dias)				R\$ 350,00	R\$ 700,00	R\$ 1.050,00
Vendas à prazo (90 dias)				R\$ 350,00	R\$ 700,00	R\$ 1.050,00
Total das entradas	R\$ 1.000,00	R\$ 1.100,00	R\$ 1.200,00	R\$ 1.050,00	R\$ 2.100,00	R\$ 3.150,00
Saídas						
Custo de comercialização(1)						R\$ 415,00
Gastos com vendas(2)						R\$ 100,00
Custos Variáveis Totais (3)						R\$ 5.661,00
Total de saídas (1 + 2 + 3)						R\$ 6.176,00
Receita Total (somatório do total de entradas)						R\$ 9.600,00
Lucro líquido (Receita Total – Total de saídas)						R\$ 3.424,00

Quadro 13 – Projeção de fluxo de caixa (Fonte: elaboração do próprio autor, 2019)

Ao considerar-se aspectos da estimativa de faturamento foram analisados critérios realistas de previsão de vendas, isso sem superestimar o potencial do mercado. Houve muita cautela na projeção de receitas em razão de haver sazonalidade no ramo de atividade, pois fatores de aceitabilidade do produto sempre foram considerados no momento de refrear as estimativas de vendas do artigo mais importante neste empreendimento: o curso de consultoria em Assistência Social.

6 CONCLUSÃO

Num primeiro momento da composição do escopo deste Plano de Negócios tem-se a impressão de não ser viável o empreendimento por tratar de produtos/serviços que, até certo ponto, não resultam em remuneração ou dividendos. Afinal de contas, a razão de existir de uma empresa privada indubitavelmente dá-se pela formação de receita numa menor proporção de despesas.

Acontece que antes de uma pessoa buscar o lucro pelo lucro ela deve mirar seus esforços naquilo em que acredita, nas coisas que dão sentido para a existência humana. E, nesse sentido, a JM Acolher teve um valor inestimável para a Sra. Jussara Cunha, pois pode definir um valioso instrumento de planejamento para dar vazão aos tantos rabiscos e apontamentos que ela fazia na ‘ponta do lápis’ antes de cada uma das palestras gratuitas que ministrava.

Sempre havia um certo dito em voz alta nas palavras proferidas pela proprietária da JM Acolher: “eu bem que podia ganhar algum dinheiro com minhas palestras; eu até podia ministrar cursos para meus alunos”. Daí a elaboração deste Plano de Negócios buscou materializar de maneira escrita tudo aquilo que perdurava com palavras ditas a esmo.

A considerar todos os cálculos contidos no item 5.7 é perfeitamente possível concluir que há viabilidade no empreendimento pretendido neste Plano de Negócios. Essa premissa é mais bem reforçada ao considerar-se então o resultado do lucro líquido restante após todos os prognósticos de custos, pois demonstra haver a fortificação do alicerce que forma a base de sustentação de toda a casa, que no sentido figurado seria o empreendimento aqui elaborado.

Muitos são os questionamentos ante a avaliação das informações levantadas, pois o mundo dos negócios está eivado de mudanças constantes e, em se tratando de realidades

envolvendo as mídias sociais e os recursos computacionais, sempre paira a possibilidade de estagnação elevada na quantidade de cursos adquiridos.

Notadamente, para haver êxito no empreendimento inserido no ramo das *startups* valerá toda uma gama de valores agregados ao produto, isso desde cores, intuitividade na navegação dos ambientes digitais ou quaisquer outros componentes intrínsecos que resultem na diferenciação de um para outro negócio.

Assim, o que vai importar neste Plano é a capacidade de fácil adaptação às novas realidades, possibilitando ajustes e até mesmo refazendo pontos controversos de tempos em tempos. Conquanto, os riscos de empreender sempre serão elevados, mas de maneira oposta será possível evitá-los com um projeto incrementado de objetivos exequíveis e sensatos.

Por tudo o que foi traçado neste trabalho ficou algo digno de ser comemorado com louvores e alaridos: a Sra. Jussara Cunha serviu de inspiração para a finalização da jornada empreendedora que deu corpo a este trabalho. Não fosse por ela não seria possível vislumbrar a necessidade de realização deste estudo, pois o autor desta peça acadêmica não encontrava-se suficientemente motivado quanto a trabalhar em algo que não pudesse ser executado na prática.

Não obstante, tão logo mostrou-se fecunda a concretização da iniciativa protagonizada pela empresária Jussara Cunha ocorreu nesta etapa a composição de algo que viesse a servir como carta de apresentação de proposta da empresa, principalmente, no sentido de tentar conseguir novos sócios e investidores do negócio aqui anunciado.

Resta agora arregaçar as mangas e continuar a estudar métodos de implementação dos postulados e das ideias elaboradas para a empresa JM Acolher. Quanto mais for possível conhecer acerca do ramo de atividade a que se propõe trilhar mais chances haverá para o êxito nas ações do empreendedor que quer ser alcançado pelo sucesso e, por conseguinte, tão mais possível será a efetiva realização de um sonho.

REFERÊNCIAS

BLOG AGÊNCIA DE RESULTADOS. **Rapport: o que é e como usar essa poderosa arma de persuasão a favor da sua agência.** Disponível em <https://resultadosdigitais.com.br/agencias/o-que-e-rapport/>. Acesso em: 27 de agosto de 2019.

BRASIL. **Congresso Nacional.** Medida Provisória nº 881, de 2019 (Liberdade Econômica). Disponível em <https://www.congressonacional.leg.br/materias/medidas-provisorias/-/mpv/136531>. Acesso em 27 de agosto de 2019.

BRASIL. **Presidência da República.** Lei nº 8.662, de 07 de junho de 1993. Art. 4º inciso IX e art. 5º inciso I. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18662.htm. Acesso em 8 de agosto de 2019.

CFESS. **Tabela de honorários.** Disponível em: <http://www.cfess.org.br/visualizar/menu/local/tabela-de-honorarios>. Acesso em: 13 de agosto de 2019.

CROCCO, Luciano; GUTTMANN, Erick. **Consultoria empresarial.** 2. ed. São Paulo: Saraiva. 2010.

IDEIA criativa. **Curso livre assessoria e consultoria no serviço social.** Disponível em: <https://ideiacriativa.eadplataforma.com/curso/assessoria-e-consultoria-no-servico-social/> Acesso em: 9 de agosto de 2019.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing:** uma orientação aplicada. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

OLIVEIRA, Edson Marques. **Coaching e serviço social:** um novo espaço e estratégia de intervenção profissional. Disponível em: http://cac-php.unioeste.br/eventos/coaching/arqs/COACHING_E_SERVICO_SOCIALart%20IIICPAS2006.pdf. Acesso em: 03 de julho de 2019.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business Model Generation - Inovação em Modelos de Negócios:** um manual para visionários, inovadores e revolucionários. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.

PROFESSOR BARROS. **Consultoria e treinamentos.** Disponível em: <http://professorbarros.com.br/>. Acesso em: 25 de agosto de 2019.

RH Portal. **Serviço social consultoria.** Disponível em: <https://www.rhportal.com.br/fornecedores/servio-social-consultoria/>. Acesso em: 11 de agosto de 2019.

SANTOS, Jussara Maria Cunha dos. **Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.** Currículo Lattes. Disponível em: <http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/busca.do?metodo=apresentar> Acesso em: 10 de agosto de 2019.

SBCOACHING. **Design thinking: o que é, como funciona e como aplicar.** Disponível em: <https://www.sbcoaching.com.br/blog/design-thinking/>. Acesso em: 15 de agosto de 2019.

SEBRAE. Como elaborar um plano de negócios. Disponível em: [file:///C:/Users/User/Downloads/Como%20Elaborar%20um%20Plano%20de%20Neg%C3%B3cio%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Como%20Elaborar%20um%20Plano%20de%20Neg%C3%B3cio%20(5).pdf). Acesso em: 29 de julho de 2019.

SILVA, Vilma Pereira Farias. **Conseso – consultoria técnica em serviço social.** Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UChmJ7JCz7P4ddR-arTMWe0g/videos>. Acesso em: 5 de agosto de 2019.

YOUTUBE. Welber Gontran. **Projeto serviço social em questão: assessoria e consultoria no serviço social - 9 de 10.** Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VcghMg3L0LA>. Acesso em: 19 de agosto de 2019.